

CALENDARIO CORSI DIGITAL MARKETING 2025



Da maggio a novembre 2025

Maggio

- **28 maggio: BIDDABLE & PROGRAMMATIC** - logiche e utilizzi delle piattaforme di programmatic advertising per raggiungere le audience e ottimizzare gli investimenti digitali

Giugno

- **11 giugno: PERFORMANCE** - strategie di digital marketing per l'acquisizione clienti
- **18 giugno: WEB ANALYTICS & TAG MANAGER** - raccolta e analisi dati al servizio delle attività di marketing digitale

Luglio

- **2 luglio: DAI KPI AI BUSINESS INSIGHT** (kpi, classificazione, tracciamenti)
- **16 luglio: L'EFFICACIA DELLA COMUNICAZIONE** (modelli di attribuzione, MMM, attention metrics e impatti del neuromarketing sulle metriche digitali)

Settembre

- **12 settembre: COME GESTIRE I DATI DI PRIMA PARTE** - le piattaforme per interagire con prospect e clienti
- **12 settembre: PRIVACY E CONSENSI NEL DIGITAL MARKETING** - come attivare i dati nell'ecosistema digitale
- **19 settembre: PROJECT MANAGEMENT PER IL MARKETING**
- **26 settembre: PROJECT MANAGEMENT CON L'UTILIZZO DELL'AI**

CALENDARIO CORSI DIGITAL MARKETING 2025



Da maggio a novembre 2025

Ottobre

- **10 ottobre: Modulo 1 RETAIL MEDIA:** cosa aspettarsi dall'avvento del Retail Media e best practice che sono state implementate nel mondo
- **15 ottobre: Modulo 2 RETAIL MEDIA:** cosa aspettarsi dall'avvento del Retail Media e best practice che sono state implementate nel mondo

Novembre

- **13 novembre: Modulo 1 GENERATIVE AI:** Introduzione alle Generative AI, Sfide e Cambi di Scenario
- **20 novembre: Modulo 2 GENERATIVE AI:** Introduzione alle Generative AI, Sfide e Cambi di Scenario

BIDDABLE & PROGRAMMATIC

LOGICHE E UTILIZZI DELLE PIATTAFORME DI PROGRAMMATIC ADVERTISING PER RAGGIUNGERE LE AUDIENCE E OTTIMIZZARE GLI INVESTIMENTI DIGITALI

INFO

- **Docenti:** Andrea Folcio, Giovanni Rossi
- **Data:** mercoledì 28 maggio
- **Durata:** 8 ore
- **Orario:** dalle 9 alle 13 e dalle 14 alle 18

ABSTRACT

Il modulo offre una profonda esplorazione del mondo delle piattaforme Biddable e del Programmatic advertising, concentrando l'attenzione sull'importanza di avere le audience al centro della comunicazione. I partecipanti saranno guidati attraverso le metodologie chiave del programmatic advertising, comprese le tecnologie fondamentali che operano dietro le quinte, come adserver, DSP, SSP e CDP. Saranno analizzati in dettaglio i dati di prima, seconda e terza parte, fornendo una panoramica completa delle strategie di pianificazione nell'ambito Biddable & Programmatic, andando a creare campagne partendo da brief reali.

ARGOMENTI

- l'audience al centro della comunicazione
- le metodologie del programmatic advertising
- la tecnologia dietro le quinte (adserver, dsp, ssp, cdp)
- i dati di prima, seconda e terza parte
- strategia di pianificazione
- impostazione di una campagna
- epertistica e ottimizzazioni

LOCATION

UPA, Via Larga 13, Milano.
I corsi sono frequentabili sia in presenza che da remoto.

QUOTA DI ISCRIZIONE

400,00 € + IVA 22% a giornata per i non soci UPA - Tot. 488,00 €
200,00 € + IVA 22% a giornata per i soci UPA - Tot. 244,00 €

PERFORMANCE

STRATEGIE DI DIGITAL MARKETING PER L'ACQUISIZIONE CLIENTI

INFO

- **Docente:** Paolo Sansone
- **Data:** mercoledì 11 giugno
- **Durata:** 8 ore
- **Orario:** dalle 9 alle 13 e dalle 14 alle 18

ABSTRACT

In questo corso i partecipanti apprenderanno gli strumenti utili ad impostare una strategia di acquisizione clienti incentrata sulla misurazione delle performance e sulla redditività degli investimenti. Partendo dalla comprensione dei KPI che misurano al meglio gli obiettivi che si desidera raggiungere, i partecipanti impareranno come i diversi canali possono essere coordinati per costruire una strategia organica e come impostare al meglio i processi per monitorare e ottimizzare continuamente la performance degli investimenti in digital advertising.

ARGOMENTI

- introduzione alle attività performance driven
- il funnel, prospect e clienti
- KPI setting
- come impostare una strategia per ottimizzare le performance del proprio business online
- analisi del performance marketing
- analisi delle performance e piano di ottimizzazione

LOCATION

UPA, Via Larga 13, Milano.

I corsi sono frequentabili sia in presenza che da remoto.

QUOTA DI ISCRIZIONE

400,00 € + IVA 22% a giornata per i non soci UPA - Tot. 488,00 €

200,00 € + IVA 22% a giornata per i soci UPA - Tot. 244,00 €

WEB ANALYTICS & TAG MANAGER

RACCOLTA E ANALISI DATI AL SERVIZIO DELLE ATTIVITA'
DI MARKETING DIGITALE

INFO

- **Docente:** Mauro Ginelli
- **Data:** mercoledì 18 giugno
- **Durata:** 8 ore
- **Orario:** dalle 9 alle 13 e dalle 14 alle 18

ABSTRACT

Il corso, incentrato su Google Analytics, la Consent Mode v2, propone un'immersione completa nell'analisi dei dati digitali. Dalla comprensione delle piattaforme e del panorama di mercato alla navigazione della normativa e all'impatto sulla selezione dei vendor, i partecipanti acquisiranno competenze essenziali per una gestione avanzata degli strumenti: dalla configurazione di base, fino ad esempi e approfondimenti sulle configurazioni evolute.

Gli studenti impareranno a creare una reportistica efficace attraverso la progettazione di dashboard personalizzate. Al termine del corso, saranno in grado di utilizzare in modo ottimale Google Analytics e Google Tag Manager per ottenere insight significativi e guidare decisioni basate sui dati.

ARGOMENTI

- le piattaforme e scenario di mercato
- la normativa e come impatta nella selezione dei vendor e nell'integrazione dei sistemi
- analisi preliminare
- onfigurazione di base e tagging del sito
- configurazioni evolute
- reportistica (dashboard)

LOCATION

UPA, Via Larga 13, Milano.

I corsi sono frequentabili sia in presenza che da remoto.

QUOTA DI ISCRIZIONE

400,00 € + IVA 22% a giornata per i non soci UPA - Tot. 488,00 €

200,00 € + IVA 22% a giornata per i soci UPA - Tot. 244,00 €

DAI KPI AI BUSINESS INSIGHT

KPI, CLASSIFICAZIONE, TRACCIAMENTI

INFO

- **Docenti:** Giovanni Rossi, Riccardo Motta
- **Data:** mercoledì 2 luglio
- **Durata:** 8 ore
- **Orario:** dalle 9 alle 13 e dalle 14 alle 18

ABSTRACT

Il modulo offre una visione completa delle strategie di misurazione nell'ambito digitale, partendo dai Key Performance Indicators (KPI) e dalle principali metodologie utilizzate per valutare le performance delle attività pubblicitarie digitali e il valore dell'interazione degli utenti con siti e app all'interno dell'ecosistema digitale. I partecipanti acquisiranno competenze avanzate per la misurazione delle attività digitali, comprese le strategie di valutazione di canali chiave come ricerca, social media, video e paid media. Saranno esplorati approfonditamente i modelli che consentono di passare da metriche media a performance di business.

Durante il corso, verranno presentate le modalità di tracciamento degli utenti, consentendo ai partecipanti di comprendere e valutare in modo accurato il comportamento online.

ARGOMENTI

- i KPI nel mondo digitale
- come misurare le performance nell'ecosistema digitale
- come misurare le attività media digitali (search, social, video, paid media)
- le modalità di tracciamento degli utenti
- dai dati digitali al Customer Lifetime Value

LOCATION

UPA, Via Larga 13, Milano.

I corsi sono frequentabili sia in presenza che da remoto.

QUOTA DI ISCRIZIONE

400,00 € + IVA 22% a giornata per i non soci UPA - Tot. 488,00 €

200,00 € + IVA 22% a giornata per i soci UPA - Tot. 244,00 €

L'EFFICACIA DELLA COMUNICAZIONE

MODELLI DI ATTRIBUZIONE, MMM, ATTENTION METRICS E IMPATTI DEL NEUROMARKETING SULLE METRICHE DIGITALI

INFO

- **Docenti:** Giovanni Rossi, Riccardo Motta
- **Data:** mercoledì 16 luglio
- **Durata:** 8 ore
- **Orario:** dalle 9 alle 13 e dalle 14 alle 18

ABSTRACT

Il modulo offre una visione completa delle strategie di misurazione nell'ambito digitale, riprendendo i temi del tracciamento delle principali piattaforme fino a le performance delle attività pubblicitarie digitali e il valore dell'interazione degli utenti con siti e app all'interno dell'ecosistema digitale. I partecipanti acquisiranno competenze avanzate per la misurazione delle attività digitali, comprese le strategie di valutazione di canali chiave come ricerca, social media, video e paid media. Saranno esplorati approfonditamente i modelli di attribuzione digitali per comprendere l'impatto e l'efficacia di ogni touchpoint nel percorso del cliente.

Durante il corso, verranno presentate le modalità di tracciamento degli utenti, consentendo ai partecipanti di comprendere e valutare in modo accurato il comportamento online. Inoltre, si approfondiranno le analisi del Mixed Marketing Model, permettendo una valutazione completa delle performance digitali in un contesto integrato tra canali online e offline.

Verranno approfondite le tematiche di neuromarketing e come possono essere legate all'ottimizzazione delle risorse online.

ARGOMENTI

- come misurare le performance nell'ecosistema digitale
- come misurare le attività media digitali (search, social, video, paid media)
- modelli di attribuzione digitali
- le modalità di tracciamento degli utenti
- Mixed marketing model, analisi delle performance digitali con un marketing mix off-online

LOCATION

UPA, Via Larga 13, Milano.

I corsi sono frequentabili sia in presenza che da remoto.

QUOTA DI ISCRIZIONE

400,00 € + IVA 22% a giornata per i non soci UPA - Tot. 488,00 €

200,00 € + IVA 22% a giornata per i soci UPA - Tot. 244,00 €

COME GESTIRE I DATI DI PRIMA PARTE

LE PIATTAFORME PER INTERAGIRE CON PROSPECT E CLIENTI

INFO

- **Docente:** Andrea Folcio
- **Data:** venerdì 12 settembre
- **Durata:** 4 ore
- **Orario:** dalle 9 alle 13

ABSTRACT

La gestione dei dati di prima parte con piattaforme come CDP (Customer Data Platform), Data Clean Room e strumenti di personalizzazione consente di ottimizzare l'utilizzo delle informazioni dei clienti in modo sicuro ed efficace. Le CDP centralizzano e unificano i dati per una visione completa del cliente. Le Data Clean Room garantiscono analisi protette e conformità normativa. La personalizzazione, basata su questi dati, migliora l'esperienza utente e incrementa l'engagement. Fornisce strategie concrete per operare in scenari di cookie sunset. Al centro dell'approccio c'è l'utente, analizzato sia come prospect che come cliente, attraverso una visione customer-centric.

ARGOMENTI

- gli attuali sistemi di tracciamento degli utenti e le tecnologie coinvolte
- I dati di prima, seconda e terza parte
- Le piattaforme per gestire di dati di prima parte
- CDP, Data clean room, ID provider
- Le analisi degli utenti e dei prospect
- l'utente al centro, prospect e customer centricity

LOCATION

UPA, Via Larga 13, Milano.

I corsi sono frequentabili sia in presenza che da remoto.

QUOTA DI ISCRIZIONE

300,00 € + IVA 22% a giornata per i non soci UPA - Tot. 366,00 €

150,00 € + IVA 22% a giornata per i soci UPA - Tot. 183,00 €

PRIVACY E CONSENSI NEL DIGITAL MARKETING

COME ATTIVARE I DATI NELL'ECOSISTEMA DIGITALE

INFO

- **Docente:** Giulia Sala
- **Data:** venerdì 12 settembre
- **Durata:** 4 ore
- **Orario:** dalle 14 alle 18

ABSTRACT

Il corso di formazione sulla gestione della protezione dei dati personali nel digital marketing è progettato per fornire competenze operative e un'approfondita conoscenza delle normative di riferimento, quali il Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati (GDPR) e i più recenti regolamenti Digital Services Act (DSA) e Digital Markets Act (DMA).

I partecipanti acquisiranno le competenze necessarie per la corretta raccolta, gestione e utilizzo dei dati personali degli utenti, nel pieno rispetto dei principi di liceità, correttezza e trasparenza, con particolare attenzione all'accountability e ai principi di privacy by design e by default.

Il programma didattico affronta tematiche fondamentali, tra cui la gestione del consenso informato, le tecniche di pseudonimizzazione e anonimizzazione dei dati, l'adozione e l'utilizzo conforme delle Customer Data Platforms (CDP) e delle Data Clean Rooms, nonché le best practices per la personalizzazione dei contenuti in linea con la normativa sulla protezione dei dati personali.

Rivolto ai professionisti del settore marketing e digital advertising, il corso integra approfondimenti teorici con casi studio concreti, offrendo un approccio pratico e immediatamente applicabile. Inoltre, fornirà strumenti efficaci per ottimizzare le strategie di marketing digitale nel pieno rispetto della normativa vigente.

ARGOMENTI

- I principali riferimenti normativi in materia di protezione dei dati personali nel digital marketing
- I principi giuridici per l'utilizzo delle tecnologie di tracciamento
- Le Consent Management Platforms (CMP): funzionamento e compliance
- Il Transparency & Consent Framework (TCF) e la sua applicazione nel contesto AdTech
- Impatti e sviluppi futuri del Digital Services Act (DSA) e Digital Markets Act (DMA)

LOCATION

UPA, Via Larga 13, Milano.

I corsi sono frequentabili sia in presenza che da remoto.

QUOTA DI ISCRIZIONE

400,00 € + IVA 22% a giornata per i non soci UPA - Tot. 488,00 €

200,00 € + IVA 22% a giornata per i soci UPA - Tot. 244,00 €

PROJECT MANAGEMENT PER IL MARKETING

INFO

- **Docente:** Giulio Drei
- **Data:** venerdì 19 settembre
- **Durata:** 8 ore
- **Orario:** dalle 9 alle 13 e dalle 14 alle 18

ABSTRACT

Il corso "Project Management per il Marketing" è pensato per fornire ai partecipanti gli strumenti e le competenze necessari per gestire efficacemente progetti di Marketing, adottando una metodologia ibrida che integra sia approcci strutturati che flessibili. Attraverso il corso, i partecipanti acquisiranno una comprensione completa di come applicare tecniche di Project Management adatte al contesto mutevole del Marketing, ottimizzando pianificazione, esecuzione e controllo.

ARGOMENTI

- Introduzione e Concetti Generali.
- Pianificazione e avvio dei progetti di Marketing.
- Gestione operativa dei progetti di Marketing con approccio ibrido.
- Esecuzione e monitoraggio delle attività di Marketing.
- Casi pratici e simulazioni di progetti di Marketing.
- Miglioramento continuo e conclusione dei progetti di Marketing.

LOCATION

UPA, Via Larga 13, Milano.

I corsi sono frequentabili sia in presenza che da remoto.

QUOTA DI ISCRIZIONE

400,00 € + IVA 22% a giornata per i non soci UPA - Tot. 488,00 €

200,00 € + IVA 22% a giornata per i soci UPA - Tot. 244,00 €

PROJECT MANAGEMENT CON L'UTILIZZO DELL'AI

INFO

- **Docente:** Giulio Drei
- **Data:** venerdì 26 settembre
- **Durata:** 8 ore
- **Orario:** dalle 9 alle 13 e dalle 14 alle 18

ABSTRACT

Il corso "Project Management con l'utilizzo dell'AI" mira a migliorare il processo decisionale, incrementare l'efficienza e promuovere l'innovazione nella gestione dei progetti. I partecipanti acquisiranno una comprensione approfondita di come integrare l'AI nel ciclo di vita del Project Management, potenziando le competenze di pianificazione, esecuzione e monitoraggio. Alla fine del corso avranno a disposizione strumenti concreti e immediatamente applicabili per ottimizzare la gestione dei loro progetti.

ARGOMENTI

- AI vs Intelligenza Artificiale Generativa: differenze e potenzialità.
- Scenario tecnologico attuale e panoramica dei principali strumenti di AI applicabili al Project Management.
- Prompt Engineering.
- Introduzione ai "prompt" e alla loro importanza nell'utilizzo dell'AI.
- Configurazione degli strumenti di AI: impostazioni personalizzate e suggerimenti pratici.
- Prompt e Prompt Engineering: tecniche per creare istruzioni efficaci per strumenti di AI.
- Workshop pratico: creare prompt su casi di studio reali.
- Configurazione Avanzata.

LOCATION

UPA, Via Larga 13, Milano.

I corsi sono frequentabili sia in presenza che da remoto.

QUOTA DI ISCRIZIONE

400,00 € + IVA 22% a giornata per i non soci UPA - Tot. 488,00 €

200,00 € + IVA 22% a giornata per i soci UPA - Tot. 244,00 €

RETAIL MEDIA

COSA ASPETTARSI DALL'AVVENTO DEL RETAIL MEDIA E BEST PRACTICE CHE SONO STATE IMPLEMENTATE NEL MONDO

INFO

- **Docente:** Sara Buluggiu
- **Date:** venerdì 10 ottobre - mercoledì 15 ottobre
- **Durata:** 16 ore suddivise in 2 moduli da 8 ore
- **Orario:** dalle 9 alle 13 e dalle 14 alle 18

ABSTRACT

Il corso "Retail Media" esplora il contesto attuale e gli scenari di sviluppo futuri del retail media in Italia, evidenziando la crescente importanza della digitalizzazione e dell'utilizzo degli spazi in store. Affronteremo i casi più interessanti negli Stati Uniti e in Europa, mostrando le innovazioni nel targeting e nell'uso dei dati. Definisce il retail media come l'insieme delle strategie pubblicitarie nei canali dei retailer, evidenziando come l'analisi dei prodotti stia rivoluzionando il targeting, passando dall'audience ai prodotti per identificare i target. Il corso si conclude con un esercizio di pianificazione pratica, in cui i partecipanti sviluppano una strategia di retail media per un brand immaginario nel mercato italiano.

ARGOMENTI

- scenario retail in Italia.
- scenario retail media in US/Europa.
- definizione di retail media.
- la rivoluzione del targeting (da audience per vendere prodotti a prodotti che ci insegnano a chi vendere).
- INSTORE: cosa si può fare, come, come si misura e come si mette a sistema.
- carte fedeltà: che ruolo hanno e come si parlano con gli altri media.
- sistemi di misurazione crosschannel.
- esercizio di pianificazione.

LOCATION

UPA, Via Larga 13, Milano.

I corsi sono frequentabili sia in presenza che da remoto.

QUOTA DI ISCRIZIONE

400,00 € + IVA 22% a giornata per i non soci UPA - Tot. 488,00 €

200,00 € + IVA 22% a giornata per i soci UPA - Tot. 244,00 €

MARKETING AUTOMATION

STRATEGIE AVANZATE DI AUTOMATIZZAZIONE E PERSONALIZZAZIONE DEI PROCESSI DI MARKETING

INFO

- **Docenti:** Federico Grenzi, Giovanni Rossi
- **Data:** giovedì 6 novembre
- **Durata:** 8 ore
- **Orario:** dalle 9 alle 13 e dalle 14 alle 18

ABSTRACT

Il corso fornisce una prospettiva approfondita sulle strategie avanzate per adottare un approccio centrato sul cliente, sulle modalità per implementare soluzioni di marketing automation e customer journey. I partecipanti acquisiranno competenze per comprendere i principi fondamentali della marketing automation, analizzare il comportamento del cliente, identificare opportunità di automazione e sviluppare strategie orientate alla personalizzazione. Durante il corso, verranno esplorate le pratiche di segmentazione e targeting, l'analisi del customer journey, l'implementazione di flussi di lavoro automatizzati e l'ottimizzazione continua.

ARGOMENTI

- impostare una strategia customer-centrica
- data collection
- le piattaforme e l'architettura
- Data modeling e profilazione
- Come attivare i profili
- strumenti di interazione con l'utente
- Struttura e contenuto della comunicazione
- Marketing automation e journey in azione

LOCATION

UPA, Via Larga 13, Milano.

I corsi sono frequentabili sia in presenza che da remoto.

QUOTA DI ISCRIZIONE

400,00 € + IVA 22% a giornata per i non soci UPA - Tot. 488,00 €

200,00 € + IVA 22% a giornata per i soci UPA - Tot. 244,00 €

GENERATIVE AI

INTRODUZIONE ALLE GENERATIVE AI, SFIDE E CAMBI DI SCENARIO

INFO

- **Docenti:** Giorgio Sacconi, Riccardo Motta
- **Date:** giovedì 13 novembre - giovedì 20 novembre
- **Durata:** 16 ore suddivise in 2 moduli da 8 ore
- **Orario:** dalle 9 alle 13 e dalle 14 alle 18

ABSTRACT

Il corso di formazione sull'IA generativa offre una panoramica completa su tecnologie all'avanguardia, come i modelli di linguaggio (es. GPT) e generazione di contenuti visivi e audio. I partecipanti esploreranno i principi fondamentali dell'IA generativa, le applicazioni pratiche in settori come marketing, creatività e le implicazioni etiche e legali del suo utilizzo. Attraverso sessioni teoriche e laboratori pratici, impareranno a progettare e implementare soluzioni innovative, ottimizzando i flussi di lavoro. Il corso è ideale per imparare ad integrare l'IA generativa nei processi decisionali e creativi, aumentando efficienza e competitività.

ARGOMENTI

- Panoramica sull'AI Generativa: Definizione, storia e principi fondamentali.
- Impatto dell'AI sul Digital Marketing: Come l'AI sta trasformando strategie e pratiche.
- Sfide Etiche e Normative: Discussioni sull'uso responsabile dell'AI, bias algoritmici, privacy e diritti d'autore.
- Casi di Studio: Analisi di scenari reali dove l'AI generativa ha portato innovazione e cambiamento.
- Prospettive Future: Tendenze emergenti e previsioni sull'evoluzione dell'AI nel settore della comunicazione.

LOCATION

UPA, Via Larga 13, Milano.

I corsi sono frequentabili sia in presenza che da remoto.

QUOTA DI ISCRIZIONE

400,00 € + IVA 22% a giornata per i non soci UPA - Tot. 488,00 €

200,00 € + IVA 22% a giornata per i soci UPA - Tot. 244,00 €